



Vorwort	Noch nie hatten Jugendliche so viel Geld zur Verfügung wie heute. Wenn es um die Frage nach Freizeitaktivitäten geht, geben viele Jugendliche Shoppen als Antwort. Dabei sind die Jugendlichen mit ausgeklügelten Werbestrategien der Unternehmen konfrontiert und als kaufkräftige und zuverlässige Zielgruppe stark umkämpft.
Fächerbezug	Deutsch, Kunst und Gestaltung, Geschichte und Politische Bildung, Geografie und wirtschaftliche Bildung, Digitale Grundbildung
Schulstufe	empfohlen für 8./9. Schulstufe
Kompetenzen siehe Grundsatzterlass Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung BMBWF, Juni 2015	<ul style="list-style-type: none"> Die Schüler:innen verfügen (...) über Grund- und Schlüsselkompetenzen zur Orientierung im und zur Teilhabe am Wirtschaftsleben (...). Die Schüler:innen sind zur Reflexion ihrer persönlichen Bedürfnisse, ökonomischen Möglichkeiten und Werthaltungen in der Lage. Die Schüler:innen reflektieren und relativieren den Einfluss von Medien und Werbung auf das eigene Denken und Handeln.
Anliegen	<p>Werbung</p> <ul style="list-style-type: none"> Erkennen und Verstehen der Hintergründe von Werbestrategien, -mitteln und -mechanismen Kritisches Auseinandersetzen mit dem Begriff der „gezielten Verführung“ durch die Werbung Reflektieren des eigenen Konsumverhaltens <p>Verkaufstricks</p> <ul style="list-style-type: none"> Kennenlernen verschiedener Verkaufstricks Bewusstes Hinterfragen von Anbieterstrategien Reflektieren eigener Konsumfallen
Hintergründe für Lehrkräfte	<ul style="list-style-type: none"> Jugendwerbung und -marketing
Informationen für Lehrkräfte und Schüler:innen	<ul style="list-style-type: none"> Werbe 1x1 Verkaufstricks im Supermarkt



<p>Informationen in Einfacher Sprache</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufs-Tricks <p>Dieser und weitere Texte in Einfacher Sprache finden sich unter www.konsumentenfragen.at/einfachesprache</p>
<p>Anschlussthemen</p>	<p>Kaufverhalten in einer globalen Welt, Informiert und sicher kaufen, Spezielle Kaufsituationen, Smartphone, Medien und Falschinformationen, Ich als Konsument:in, Risiken im Internet</p>
<p>Quellen & Links</p>	<p>Werbung & Verkaufstricks: Arbeiterkammer OÖ: Werbeflut, Werbeveranstaltungen und Heimarbeitsangebote, https://ooe.arbeiterkammer.at/beratung/konsumentenschutz/konsumentenrecht/konsumentenrecht/Unerwunschte_Werbung.html</p> <p>Informationen der Wirtschaftskammer zur Robinsonliste: www.wko.at/branchen/information-consulting/werbung-marktkommunikation/robinsonliste.html</p> <p>Link zur Aufnahme in die Robinsonliste: https://apppool.wko.at/robinsonliste oder Mail an werbung@wko.at</p> <p>Verbraucherzentrale Hamburg: Weniger drin – Preis gleich: Die neuesten Mogelpackungen, www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/weniger-drin-preis-gleich-die-neuesten-mogelpackungen</p> <p>Kaufsucht: Datum – Seiten der Zeit: Die erwünschte Sucht, https://datum.at/die-erwuenschte-sucht</p> <p>Institut Suchtprävention: Fortyfor – Das Präventionsmagazin. Ausgabe 32. Schwerpunkt Kaufsucht, www.praevention.at/fileadmin/user_upload/09_Infobox/fortyfour/fortyfour_32.pdf</p>